DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Metodología de la Investigación en Comunicación
PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (OGR-PUBLI)
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatoria (OB)
ECTS: 6,0
CURSO: 4º
TEMPORALIDAD: 1º Semestre
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:
Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

Esta asignatura no está activa en el curso académico.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

OBSERVACIONES DEL CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

La asignatura Metodología de la investigación en comunicación permite al alumnado la contextualización y conocimiento de la investigación científica y sus metodologías en comunicación para la posterior realización de un Trabajo Fin de Grado de calidad.

- La investigación científica en el contexto específico de las ciencias de la comunicación: Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad. Ámbitos de investigación actuales.

- El método científico aplicado a las ciencias de la comunicación.

- Sistemas de citación en el ámbito de la investigación en las ciencias de la comunicación.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se define a través de grandes competencias (GC), ubicadas temporalmente en esta categoría de "competencias generales".
- GC03. Competencia para la competencia digital . Conocer, analizar, criticar y aplicar el potencial digital y sus posibilidades creativas en la difusión y elaboración de contenidos de calidad, la búsqueda de información y las estrategias de colaboración y comunicación.
- GC05. Competencia para la investigación y el diagnóstico. Analizar cualquier fenómeno publicitario desde el contraste de elementos, realidades y desde una perspectiva global para producir crear publicidad de calidad utilizando estrategias y técnicas procedentes de la metodología científica.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura

COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- SbC3.2_Subcompetecia_Desempeñar la comunicación digital atendiendo a su potencial creativo y de calidad.
- SbC5.1_Subcompetecia_Interpretar la información y seleccionar técnicas y estrategias adecuadas para obtención de datos científicos propios del ámbito de la comunicación.
- SbC5.2_Subcompetecia_Desempeñar el rol de investigador en publicidad y relaciones públicas.
- C3.1_Conocimiento_Conocer los elementos, técnicas y estrategias de la comunicación digital.
- C3.2_Conocimiento_Comprender el potencial y el contexto de la comunicación digital para el desempeño de la publicidad y las relaciones públicas
- C5.1_Conocimiento_Conocer las metodologías científicas propias de la comunicación.
- C5.2_Conocimiento_Comprender las estrategias y técnicas metodológicas para el acopio de datos contrastados.
- H3.1_Habilidad o destreza_Aplicar las tecnologías digitales al ámbito de la comunicación digital.
- H3.2_Habilidad o destreza_Analizar y desarrollar productos audiovisuales digitales.
- H5.1_Habilidad o destreza_Aplicar métodos de investigación cualitativos y cuantitativos inherentes a las ciencias sociales y de la comunicación, específicamente.
- H5.2_Habilidad o destreza_Analizar y desarrollar trabajos de investigación en comunicación audiovisual de calidad.
- CT5.1_Competencia transversal, valor o actitud_Desarrollar la capacidad crítica y de análisis frente a datos y métodos pseudocientíficos, y el respeto por la metodología científica y sus resultados.